

Le Journal de

Agence

L'INFORMATION PRATIQUE DES PROFESSIONNELS DE L'IMMOBILIER

N° 28

Dossier



**Les stratégies
des réseaux
pour 2011**

Michel Choukroun,
Président d'Arthurimmo.com

“

**Notre priorité absolue ?
Former nos collaborateurs
à l'expertise ”**



Conquête Vendeurs :

comment être plus efficace et gagner la confiance de vos clients ?



Observatoire

Les prix de marché de votre région et de votre quartier en un clin d'œil.

L'observatoire matérialise sur une carte les prix de marché actualisés quotidiennement sur la base des transactions réalisées. Partagez ces informations avec vos clients pour démontrer votre connaissance du secteur.



Expertise.net

Une évaluation méthodique pour gagner la confiance de vos vendeurs.

En appliquant les méthodes de l'expertise immobilière, Expertise.net vous assiste dans la détermination du prix et renforce votre crédibilité. La réalisation d'un rapport complet et structuré concrétise votre analyse et témoigne de votre professionnalisme.



iPad

L'outil incontournable en prospection terrain. Présentez sur votre iPad en tout lieu et à tout moment les biens de l'agence et enregistrez vos mandats depuis le domicile du vendeur. L'accès à l'agenda et aux coordonnées clients en font l'outil idéal pour la mobilité de vos collaborateurs.



Registre.net

Le registre papier c'est dépassé !

À l'heure du tout numérique profitez des bénéfices de la gestion électronique de vos registres d'agences. Gagnez du temps et de la sécurité grâce à un suivi de vos mandats en tous points conforme à la réglementation.

Des solutions concrètes pour
réussir votre Conquête Vendeurs

0810 0810 00

Prix d'un appel local

contact@pericles.fr

Pericles
www.pericles.fr

Cela ne fait plus l'ombre d'un doute (lire l'article de Michel Mouillart, p. 8), la reprise de l'immobilier est bel et bien là. Valeur refuge par excellence dans un climat économique, social et financier incertain, la pierre a profité aussi du niveau historiquement bas des taux d'intérêt. Comme toujours, c'est à Paris que la fièvre acheteuse est la plus symptomatique. Les prix de la capitale crèvent désormais les plafonds à 7 030 euros en moyenne le mètre carré, selon les derniers chiffres des notaires (au troisième trimestre 2010) ! Et dans toute la France, le capital confiance des Français envers l'investissement immobilier, qu'il s'agisse de se loger ou de mettre en location, est au plus haut. Celui envers leurs agents immobiliers, lui, peut encore être dopé... Les professionnels multiplient les initiatives pour séduire une clientèle souvent critique à l'égard de ses interlocuteurs. L'amélioration de la qualité du service est au cœur des stratégies mises en œuvre par les réseaux. Notre dossier (lire p. 12) vous dévoile en exclusivité leurs grandes orientations pour 2011. Cette année sera aussi celle de la réforme des différents dispositifs d'aide à l'accession à la propriété, avec la mise en œuvre du nouveau prêt à taux zéro renforcé, le PTZ+ – le gouvernement table sur 380 000 prêts accordés chaque année. Et celle de l'obligation d'affichage de l'étiquette énergétique (lire p. 22). Autant dire qu'il y aura encore du pain sur la planche... Bonne lecture et bonne année !

Ariane Artinian,
rédactrice en chef

Vous souhaitez vous abonner.
Vous souhaitez réagir aux articles publiés
dans le Journal de l'Agence
www.journaldelagence.com



Au sommaire du N° 28

4 Actualités

Le gouvernement est revenu sur la suppression du crédit d'impôt sur les intérêts d'emprunt et le rabaillage de 10 % des avantages fiscaux du dispositif Scellier au 1^{er} janvier 2011.

8 Conjoncture

Cette fois, la reprise s'installe dans la durée. L'amélioration des conditions de crédit a fini par porter ses fruits : le redémarrage de l'activité est bel et bien là. Il s'est accéléré durant l'été et devrait s'amplifier en 2011, notamment porté par le nouveau PTZ+.

12 DOSSIER



Les réseaux immobiliers dévoilent en exclusivité leurs stratégies gagnantes pour 2011. La remontée des transactions entre particuliers, bien qu'elle n'affecte pas les agents immobiliers pour le moment, les contraint tout de même à réagir. Quelles seront les stratégies des réseaux, notamment pour rebondir et accompagner la reprise de l'activité ? Une chose est sûre, formation et qualité du service sont plus que jamais à l'ordre du jour.

17 Ce que dit la loi

La détermination du prix d'un bien immobilier.

La vente est formée par le consentement réciproque des deux parties sur la chose objet du contrat, et sur le prix. Si le prix est librement déterminé, certaines règles doivent cependant être respectées.

22 High Tech

L'étiquette énergie s'affiche. À partir du 1^{er} janvier 2011, les agences devront afficher la performance énergétique des biens qu'elles proposent. Vitrites, annonces Internet, parutions presse, la profession s'organise pour répondre à cette nouvelle obligation.

26 Décryptage

Un trésor est caché dedans, par Perla Serfaty-Garzon, sociologue, psycho-sociologue, université de Strasbourg.

JDA Edition • BP 20 - 91759 Bièvres
• www.journaldelagence.com
Directeur de publication : Catherine Renner
Conception éditoriale : BazikPress • 12, rue de Paris • 92100 Boulogne • www.bazikpress.com
Rédactrice en chef : Ariane Artinian •
aartinian@bazikpress.com • 09 81 12 44 17
Ont collaboré à ce numéro : Henry Buzy-Cazeaux, Pascal Kinsbourg, Michel Mouillart, Anne-Claude Poncet, Colette Sabarly, Perla Serfaty-Garzon.

Directrice artistique : Sandrine Rossignol
Secrétariat de rédaction : Monique van Weddingen
Crédit photo : Fotolia, Corbis
Réalisation Fabrication : Flash Agence
Imprimerie : Rivet Presse Edition
N° ISSN : 1764-2345
N° SIREN : 449 073 766 RCS Paris

Avantages fiscaux en sursis...

La suppression du crédit d'impôt sur les intérêts d'emprunt et le rabaillage de 10 % des avantages fiscaux du dispositif Scellier au 1^{er} janvier 2011 sont toutefois assortis de légers sursis.

● Crédit d'impôt sur les intérêts d'emprunts

L'État accorde un petit délai aux acquéreurs qui n'auraient pas eu la possibilité de signer leur acte de vente chez le notaire courant 2010. Ainsi, la mesure restera valable pour ceux qui auront obtenu l'offre de prêt avant le 1^{er} janvier 2011. Quant à l'acquisition du logement achevé ou en l'état futur d'achèvement, elle devra intervenir au plus tard le 30 septembre 2011.

● Dispositif Scellier

Les pouvoirs publics ont décidé d'accorder un sursis de trois mois à ceux qui n'auront pas eu la possibilité de signer dans les temps. À condition que l'acte de réservation soit enregistré chez le notaire ou au service des impôts avant le 31 décembre et que la vente soit définitivement actée au 31 mars 2011.

Toujours plus de propriétaires !



Dans un contexte économique incertain, les ménages ont favorisé les placements moins risqués, en réorientant leur choix vers la pierre, selon la dernière étude publiée par l'Insee. Entre 2004 et 2010, la part de ménages métropolitains possédant un patrimoine immobilier s'est plus accrue que celle des ménages détenteurs d'un patrimoine financier (soit + 1,4 point contre + 0,7 point).

Les propriétaires de leur résidence principale représentent actuellement 58 % de l'ensemble de la population. La part des ménages détenant une résidence secondaire ou de l'immobilier de rapport (logements mis en location tout ou partie de l'année, logements mis à disposition gratuitement, logements vacants) atteint 18,7 %. Selon l'Insee, la part de ménages propriétaires de logements de rapport a augmenté de près de 3 points entre 2004 et 2010, la progression se concentrant sur les détenteurs de logements mis en location. La part des possesseurs d'un patrimoine immobilier varie de 16,7 % pour les ménages dont la personne de référence a moins de 30 ans à 76,2 % pour les ménages âgés de 60 à 69 ans.

■ Création de l'Arpi

À l'initiative de Jean-Claude Cottet Moine, président de Capifrance (1 200 agents commerciaux), quatre réseaux d'agents commerciaux Capifrance, Le Tuc Immo, Groupement Immobilier et Cimm Immobilier ont scellé leur volonté de travailler ensemble au sein de l'Association des réseaux professionnels de l'immobilier (Arpi). Les 2 300 collaborateurs de ces réseaux pourront désormais bénéficier progressivement de l'apport d'un site qui leur est dédié.



■ ...et lancement de Boom-immo.fr

Premier site de collaboration professionnelle dans le secteur de l'immobilier, Boom-immo.fr présente les mandats exclusifs et les mandats simples, par une délégation de mandat

par signature électronique, parfaitement sécurisée. Il est ouvert et gratuit pour tous les professionnels adhérents à la charte déontologique du site qui se veut collaborative, loyale et fraternelle.

NOMINATION



Gilles Ricour de Bourgies, président délégué de la Faim et président de la chambre Fnaim Ile-de-France, a été nommé membre du Board of Directors de la NAR (National Association of Realtors), la fédération immobilière américaine. Il devient ainsi le premier professionnel non américain à entrer dans ce conseil d'administration.

+19 %

C'est la progression du chiffre d'affaires des professionnels de l'immobilier sur un an au troisième trimestre 2010, selon le SNPI.

“ Pour mes clients,
j’ai choisi le meilleur service
de gestion immobilière.”



- 1. Fidélisez vos clients** en garantissant leurs revenus locatifs à 100 % et sans franchise.
- 2. Externalisez** votre service de gestion immobilière.
- 3. Percevez** des honoraires permanents par le versement d’un commissionnement sur chaque dossier.
- 4. Augmentez** votre chiffre d’affaires en conservant l’exclusivité des locations et des ventes des biens de vos clients.

540 agences partenaires partout en France

 **N°Azur 0 810 38 95 24**
PRIX APPEL LOCAL

www.locagestion.com

 **LOCAGESTION**
LA GESTION LOCATIVE NOUVELLE GÉNÉRATION

L'éthique mérite bien une formation !



Par HENRY BUZY-CAZAUX
PRÉSIDENT DE L'ÉCOLE
SUPÉRIEURE DES PROFESSIONS
IMMOBILIÈRES (ESPI)
» h.buzycazaux@gmail.com

Dans l'esprit des professionnels immobiliers, la formation est surtout technique, au sens large : le droit civil, la fiscalité, les techniques financières, la pathologie du bâtiment, l'urbanisme... Bien accomplir sa mission parce qu'on a la compétence fondamentale est sans nul doute la pierre d'angle de l'éthique professionnelle. Pour autant, les enseignements techniques et les compétences qui en découlent ne suffisent plus. D'une part, la relation avec le client est conditionnée par d'autres ressorts, de l'ordre de la psychologie ; d'autre part, le client attend désormais un supplément d'âme éthique. S'agissant de l'impératif de maîtriser les éléments comportementaux, en particulier pour savoir réagir à des situations de crise, il a conduit les écoles et les sociétés spécialisées dans la formation continue à proposer des enseignements *ad hoc*. Qu'en est-il de l'éthique ? L'éthique professionnelle dans l'immobilier mérite-t-elle une formation ? Et même, peut-on se former à l'éthique ?

● Ethique et morale

Qu'est-ce que l'éthique, ce mot entré dans le registre des entreprises il y a une vingtaine d'années ? On était familier de la morale. L'éthique, sans remplacer la morale, l'a en quelque sorte rendue pratique. Ainsi, respecter le client en soi, comme une personne, est un impératif catégorique, mais comprendre ce que cela modifie dans les pratiques commerciales est autre chose ! Alors, partant de cette définition de base, peut-on dire que l'éthique est innée, ou doit-on s'y former ? Non, l'éthique n'est pas innée, simplement parce qu'aucun

comportement humain ne l'est. Tout se construit avec l'éducation. Ainsi, je ne crois pas qu'il y ait par nature des agents immobiliers ou des promoteurs intègres et d'autres qui ne le seraient pas. D'une part, l'immobilier favorise des comportements déviants par rapport aux codes éthiques, dès lors que le maniement d'enjeux financiers importants crée des tentations. D'autre part, la période est à l'affaiblissement des règles du jeu. Les jeunes notamment – et les moins jeunes aussi – n'ont souvent même pas la conscience de transgresser puisqu'ils ignorent les codes éthiques. Voilà pourquoi les enseignements et les formations à l'éthique des affaires ont vu le jour.

● Ethique et réussite

Mais, au fond, peut-on enfreindre l'éthique et réussir ? Non, d'abord parce que le public exige bien plus que le respect des obligations légales, surtout dans les secteurs à forts enjeux comme l'immobilier ou la santé. Ensuite, parce qu'on ne peut durer dans l'immobilier qu'au prix d'une réputation sûre. Alors en quoi consistent les enseignements éthiques dans l'immobilier ? Simplement dans l'anticipation de situations dans lesquelles le professionnel, sur fond de respect de la réglementation, aura le choix entre deux comportements, celui qui l'avantage directement et celui qui favorise l'intérêt du client, non seulement ici et maintenant, mais également sur le long terme. Des exemples ? On a fait le procès de la défiscalisation. De quoi parlait-on ? De promoteurs qui vendaient des logements acquis selon un régime fiscal d'exception en promettant des rendements locatifs qui se révélaient très vite utopiques. Si le promoteur, et éventuel-

lement le gestionnaire, savaient que les niveaux de loyer annoncés ne pourraient être maintenus durablement, ils ont manqué à l'éthique commerciale, même s'ils n'ont pas directement malmené la réglementation. Une seconde illustration : un agent immobilier n'informe pas un acquéreur de nuisances attachées à un bien, au motif qu'elles sont épisodiques. Il est évident qu'il porte atteinte à l'éthique.

● Ethique et réglementation

On observe d'ailleurs que la réglementation elle-même incline à aller loin dans le respect du client. Dans les deux situations ci-dessus, le juge pourrait estimer que la loi elle-même a été tournée. Et les professionnels, à force de n'avoir pas assez mis l'éthique au cœur de leurs préoccupations, courent le risque de voir la réglementation encadrant leurs activités renforcée. Un projet de loi est sur le point d'être présenté au Conseil des ministres, qui propose la création d'un « conseil de l'entremise et de la gestion immobilières », avec un code de déontologie et d'éthique national, le renforcement des sanctions en cas de manquement aux lois et à ce code de bonne conduite, la constitution de commissions régionales de discipline et des exigences accentuées quant à la transparence financière. Se former à l'éthique, y former ses collaborateurs, c'est servir des principes, certes, mais c'est aussi œuvrer à la réussite durable de son commerce et garder une avance sur tous ceux qui pensent que les droits et obligations récapitulent ce qu'un professionnel doit faire. C'est aussi éviter que la législation ne réduise toujours plus les marges de manœuvre. ♦

Henry Buzy-Cazaux

Soyez informé, **dès leur parution**, des nouvelles annonces publiées par **les particuliers** sur votre secteur et...

ENTREZ DE NOUVEAUX MANDATS !

DirectAnnonces, la pige 4 fois plus efficace :

1) Votre pige complète

- 3 mises à jours quotidiennes
- Indication des reparutions et changements de prix

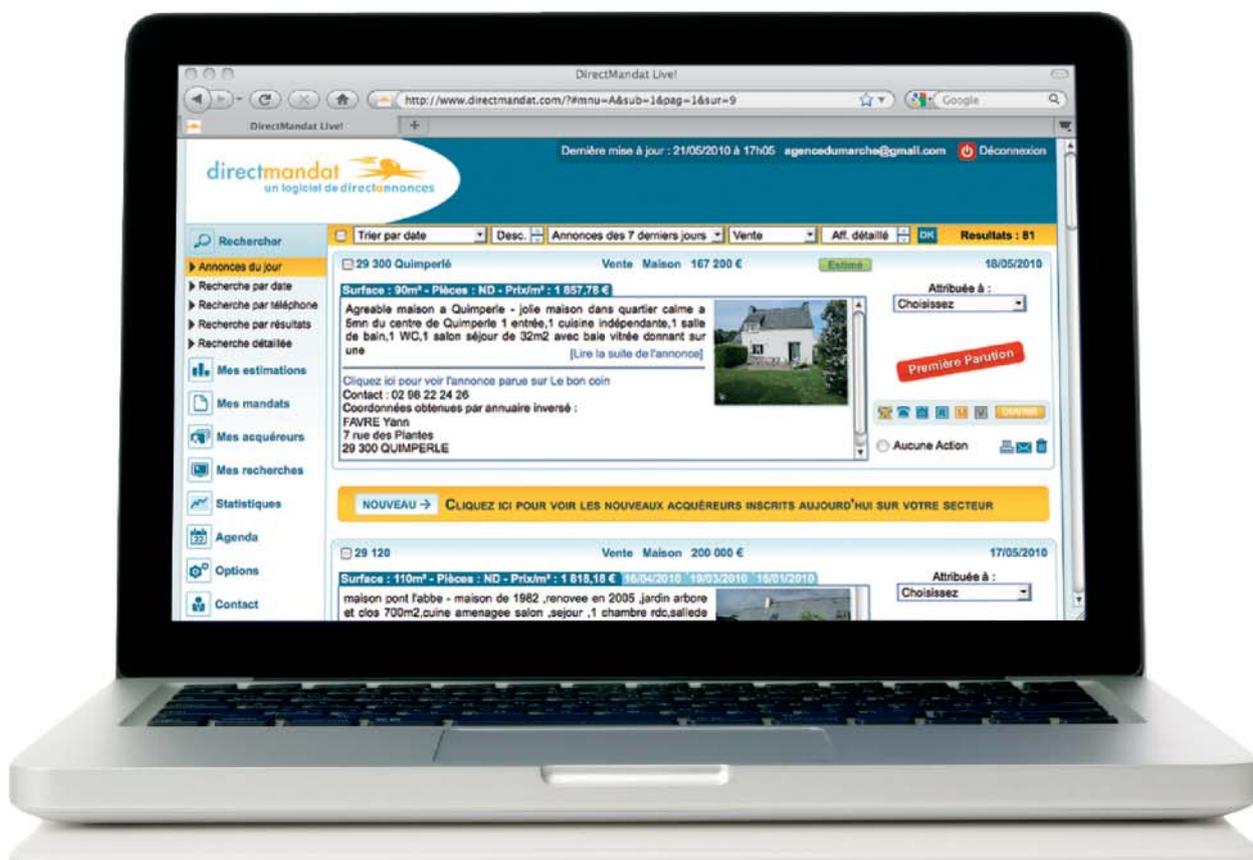
2) DirectMandat : votre logiciel de prospection sur Internet

- Historique des annonces de votre secteur avec moteur de recherche
- Accès illimité et personnalisé pour l'ensemble de vos négociateurs
- Mémorisation des actions réalisées et des notes ajoutées

3) Des alertes adaptées à vos besoins

- Annonces déjà sous mandats, déjà estimées ou correspondant à vos recherches mémorisées

4) Des acquéreurs finançables en exclusivité





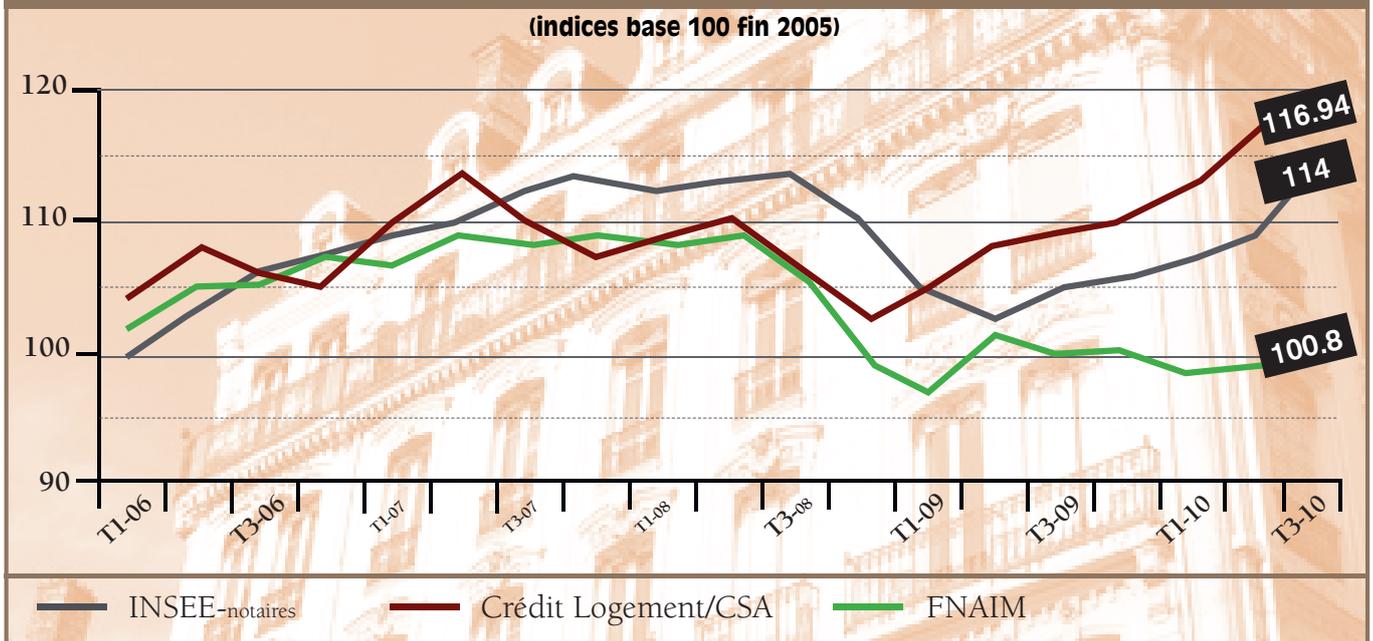
Par Michel MOUILLART
PROFESSEUR D'ÉCONOMIE À
L'UNIVERSITÉ DE PARIS OUEST
» michel@mouillart.fr

Cette fois, la rep

L'amélioration des conditions de crédit a fini par porter ses fruits : le redémarrage de l'activité est bel et bien là. Il s'est accéléré durant l'été et devrait s'amplifier en 2011, notamment porté par le nouveau PTZ+.

Les prix des logements anciens au plus haut

(indices base 100 fin 2005)



Après un « bel » été, la reprise des marchés immobiliers ne fait plus de doute. Et elle s'accompagne d'une hausse des prix des logements anciens. Mais certains n'hésitent pas à repérer (de manière hâtive) dans les mouvements de prix constatés depuis une année l'annonce d'une nouvelle « bulle ». Alors que d'autres prédisent toujours que les prix vont reculer de 30 à 40 % : avec quelquefois, à l'appui de cette thèse, la conviction que les taux d'intérêt vont (rapidement ?) remonter et casser le marché. Néanmoins, le redémarrage de l'activité est bien là : il s'est accéléré durant l'été et il devrait s'amplifier en 2011.

La hausse des prix, un indicateur de la reprise

La plupart des observatoires confirment maintenant que la hausse des prix des logements anciens est installée. Au troisième trimestre 2010, par exemple, l'indice insee-notaires estimait que les prix avaient augmenté de 2,9 % sur un an (en année glissante) et que cette hausse s'accélérait désormais : elle était alors de 8,6 % en glissement annuel. Pour la plupart des observatoires privés (Century21, l'Observatoire de la Conjoncture du SNPI ou l'Observatoire Crédit Logement/CSA), la hausse des prix est en fait plus rapide. Par exemple, pour Crédit Logement/CSA, les prix avaient déjà pro-

gressé de 7,3 % sur un an (en année glissante) au troisième trimestre 2010. Il est vrai que l'examen des indices de prix confirme que l'indice Insee-notaires est « toujours » en retard de près de 6 mois sur le marché : et d'ailleurs, au premier trimestre 2010, la hausse des prix était de 3,7 % (en année glissante) d'après Crédit Logement/CSA ! Déjà, il avait fallu attendre la fin de l'année 2009 pour que l'arrêt de la baisse des prix soit annoncé par cet indice, alors qu'elle s'observait déjà depuis le printemps : la plupart des observatoires privés ayant d'ailleurs bien perçu ce retournement du marché. Cette hausse des prix suscite pourtant de l'inquiétude, principalement chez ceux qui estiment que la reprise des marchés

rise s'installe dans la durée

ne serait finalement qu'une embellie, donc sans lendemain. Pourtant, cette remontée des prix constitue un bon indicateur de la reprise puisqu'elle ne fait qu'accompagner le redémarrage du marché de la revente.

Le retour des revendeurs, cause de la hausse des prix

La reprise du marché de la revente est restée contrariée jusqu'à la fin de l'automne 2009 : les revendeurs n'étaient pas au rendez-vous alors que les conditions de crédit s'amélioreraient rapidement. Les revendeurs ont hésité, bien sûr, face aux incertitudes de la conjoncture. Mais aussi en raison d'effets d'annonce mal ressentis par les particuliers : les 20 voire les 40 % de baisse des prix si « souvent » annoncés

ou le constat « tardif » de la remontée de prix par l'indice Insee-notaires. La surenchère dans les annonces de la baisse à venir des prix aura à cet égard autant perturbé le marché que l'inertie et l'inadéquation des indices officiels. Aussi, après avoir commencé à se ressaisir dès le printemps 2010, le marché de l'ancien a fait preuve d'une vitalité remarquable durant l'été : sur l'année 2010, le nombre des transactions sur logements existants devrait ainsi progresser de plus de 20 % et dépasser son niveau de 2008 pour s'établir au-dessus des 610 000 transactions. Il a bénéficié pour cela de la reprise du marché de la revente et, dans son sillage, de la transformation de ses clientèles. Depuis le printemps, en effet, des ménages les plus aisés (5 Smic de revenus et plus, cadres supérieurs

et professions libérales) sont revenus sur le marché : ils attendaient que la remontée des prix soit bien engagée, la plupart d'entre eux revendant au préalable afin d'améliorer leur situation résidentielle. Ainsi constate-t-on maintenant une accélération de la remontée des prix, ces ménages achetant des produits de qualité supérieure et bien localisés. Une telle situation habituelle lors d'une reprise s'était déjà observée à la fin des années 1980 et au début des années 2000, notamment. Et il est clair que le niveau des prix devrait continuer à monter tant que la déformation du marché se poursuivra : donc, tant que le marché de la revente ne se sera pas pleinement reconstitué. Au plus haut de la conjoncture, en 2006-2007, près de 54 % des logements ▶

Le développement des réseaux d'agents commerciaux, un secteur en plein essor



De par son statut autonome, devenir agent commercial ne nécessite aucun droit d'entrée, ni redevances. Un excellent moyen de faire fructifier rapidement son activité : l'agent commercial pourra percevoir jusqu'à 95% des honoraires sur transaction.

Selon Jean Claude Miribel : «C'est la qualité et la rigueur dans le travail qui font la réussite d'un bon agent commercial. C'est pourquoi, il est conseillé de faire partie d'un réseau solide afin de bénéficier des meilleurs conseils et méthodes à appliquer.»

Un agent commercial est une personne qui travaille à son compte, avec un statut de travailleur indépendant. L'agent commercial est rémunéré uniquement à la commission, prend en charge ses frais professionnels, paie ses charges sociales et

est assujéti à la TVA.

Dans l'immobilier, il ne peut être qu'une personne physique. Il doit être titulaire de l'attestation «art. 9» du décret d'application de la loi Hoguet, laquelle lui est délivrée pour autant que son casier judiciaire «B2» ne contienne pas de condamnation incompatible avec la fonction de négociateur.

Agent commercial : le statut de demain ?

Les agents commerciaux sont de vrais professionnels de l'immobilier. Un statut tout aussi légitime que celui d'agent immobilier. «Les réseaux importants se sont donné les moyens de former des collaborateurs compétents. Le réseau **Cimm immobilier** dispense une formation obligatoire et complète, dispose d'une «hot line» pour répondre en temps réel aux questions qui peuvent se poser sur le terrain. La réactivité est sans conteste l'un des facteurs clés dans les services qui doivent être apportés par le réseau» explique Jean Claude Miribel.

Cimm immobilier : les attraits d'un grand réseau

L'enseigne **Cimm immobilier** développe activement ce statut au sein de son réseau. Chez Cimm, tout le monde est logé à la même enseigne : les agents commerciaux et les agences

sont sur un pied d'égalité et bénéficient des mêmes avantages.

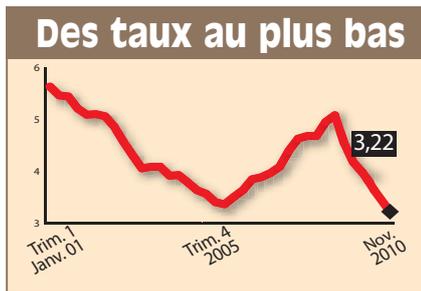
Un véritable coup de pouce pour les agents commerciaux : publicité gratuite pendant 3 mois, des sessions de formation offertes, hot line juridique, site Internet personnalisé au même titre qu'une agence physique... Autant d'avantages qui garantissent la réussite de l'activité.

Un réseau professionnel et convivial pour une réussite commune !

Zoom sur la profession immobilière

Bien que le statut d'agent commercial indépendant ait toujours existé sur le secteur immobilier (le plus souvent appelés «agents mandataires indépendants»), le système de réseau est un phénomène récent et connaît une expansion fulgurante.

Comment appréhender cette fonction particulière ? Qu'es-ce que le statut indépendant ?



* Taux de crédits immobiliers aux particuliers
* en % - Source: Crédit logement/CSA
Observatoire du financement des marchés résidentiels

anciens qui se trouvaient sur le marché avaient été revendus par des ménages afin de financer une nouvelle acquisition (dans le neuf ou dans l'ancien). En 2009, au point bas de la dépression, cette proportion était descendue à 40 % : elle devrait s'établir à près de 45 % en 2010. Pendant au moins deux années, la hausse des prix devrait donc accompagner l'expansion du marché et le rétablissement du marché de la revente : elle se ralentira (comme cela fut déjà le cas en 2006 puis en 2007) lorsque ce marché sera arrivé à maturité. Les prix retrouveront alors un sentier de croissance en phase avec l'évolution des revenus des ménages.

Le marché des crédits, moteur de la reprise

Toutes ces évolutions n'ont été possibles que parce que le marché des crédits immobiliers aux particuliers est sorti rapidement de la récession. Le redémarrage de la production de crédits immobiliers aux particuliers s'est amorcé dès le printemps 2009, après l'effondrement constaté dès la fin de l'été 2008 (un recul de 45,2 % en six mois, jamais observé par le passé). Il a été permis par les mesures de soutien au crédit prises dans le cadre du Plan de Relance pour fournir aux établissements prêteurs les liquidités et les ressources nécessaires à la poursuite de leur activité et à une remontée rapide et durable de leur production. La reprise s'est poursuivie depuis : ainsi, la production de crédits immobiliers aux particuliers (hors les négociations) a progressé de 53,1 % au premier semestre en glissement annuel et de 15 % au cours du troisième trimestre d'après l'OPCI. Elle s'appuie maintenant sur le dynamisme des

établissements de crédit qui se sont clairement positionnés sur une stratégie de redynamisation des marchés immobiliers. D'autant que les intentions d'endettement immobilier des ménages s'établissent toujours à haut niveau : d'après l'Observatoire des Crédits aux Ménages (FBF), rarement les ménages se sont montrés aussi déterminés, depuis le début des années 2000. L'amélioration des conditions de crédit a véritablement porté cette reprise des marchés. Ainsi les taux du secteur concurrentiel se sont établis à 3,26 % en octobre et même à 3,22 % en novembre, d'après l'Observatoire Crédit Logement/CSA : jamais, par le passé, les taux du secteur concurrentiel n'étaient descendus aussi bas. Et ce chiffre résume à lui seul le dynamisme des établissements de crédit qui ont largement œuvré au redémarrage des marchés immobiliers.

Les perspectives des marchés, une nouvelle amélioration

Avec le déclenchement de la crise et de façon paradoxale, la solvabilité de la demande avait bénéficié pleinement de la baisse du coût moyen des opérations réalisées et donc d'un moindre recours à l'endettement : mais avec la remontée du coût des opérations réalisées, elle a connu une dégradation rapide et prononcée durant plus d'un an. Cependant, depuis le printemps 2010, la solvabilité s'est (légèrement) redressée, en raison de l'amélioration des conditions de crédit et en dépit des tensions sur le coût des opérations réalisées : cela s'est particulièrement constaté à partir de l'été 2010, d'autant que, maintenant, la transformation du marché (avec le retour des secundo acheteurs) vient modifier le paysage. La remontée du niveau de l'apport personnel (+ 6,7 % depuis le début de l'année, après -2,8 % en 2009) qui accompagne le déblocage du marché de la revente permet de compenser la hausse des coûts qui dégradait auparavant les plans de financement des opérations. Le déblocage progressif du marché de la revente et le retour de ménages plus aisés sur le marché modifient donc les équilibres de fi-

nancement des opérations immobilières. Aussi, dès l'année prochaine, la production de crédits devrait avoir retrouvé son niveau d'avant la crise : entre 160 et 170 milliards d'euros. Les craintes qui subsistaient encore au début de l'été sur un essoufflement de la reprise (un scénario de croissance bridée) se sont en effet dissipées : la reprise du marché de la revente ayant dopé le marché. La reprise devrait donc s'amplifier en 2011 : elle bénéficiera de la réforme de l'accession à la propriété. Le PTZ+ devrait en effet concerner de l'ordre de 140 000 à 150 000 primo accédants dans le neuf et de 210 000 à 220 000 primo accédants dans l'ancien. Alors que les taux du secteur concurrentiels devraient rester très attractifs au moins jusqu'à l'été 2011, l'impact de la réforme sur la solvabilité de la demande devrait être comparable à une nouvelle baisse des taux de plus de 40 points de base pour les ménages concernés. L'effet attendu de la réforme sur le marché devrait être puissant. ♦ *Michel Mouillart*

MÉTHODE DE L'ENQUÊTE

● Cet article synthétise les résultats de l'Observatoire du financement des marchés résidentiels (OFMR - Crédit Logement/CSA) et de l'Observatoire de la production de crédits immobiliers (OPCI - université de Paris X-Nanterre). L'OFMR se fonde sur un échantillon représentatif de dossiers de crédits acceptés (et non de prospects ou d'offres de prêts) : chaque mois, cet échantillon concerne de l'ordre de 20 000 opérations (dont plus de 50 % de transactions sur logements anciens), soit près de 22,5 % de l'ensemble du marché. La production de crédits concernée couverte par l'échantillon est ainsi de près de 3 Mds€ chaque mois, pour une production annuelle globale de 112,5 milliards Mds€ en 2009, d'après l'Observatoire de la production de crédits immobiliers, qui réalise chaque trimestre une recension quasi exhaustive (le taux de couverture est de 97,2 %) des crédits nouveaux accordés aux ménages.



Conquête Acquéreurs : comment renforcer et rendre pérenne votre présence sur Internet ?



Votre vitrine sur Internet

Et sur les mobiles.

Exploitez un site conçu pour la recherche immobilière, mis à jour en temps réel sans aucune manipulation. Bénéficiez du meilleur rapport qualité/prix et de la garantie de services et d'innovations du leader du secteur.



Visibilité

Votre référencement : source d'audience.

Naturel ou sponsorisé, le référencement du site est indissociable d'une stratégie de présence sur Internet et sur les réseaux sociaux. Profitez de notre expertise pour atteindre vos objectifs de trafic en maîtrisant votre budget.



Contacts WEB

Une réactivité sans faille ! Retrouvez instantanément dans Périclès.net, les contacts transmis depuis votre Site Web sans aucune re-saisie. Visualisez l'annonce ayant retenu l'intérêt du client et enrichissez votre fichier acquéreurs sans perte de temps.



DPE

Règlementation oblige !

Soyez assurés dès le 1^{er} janvier 2011 d'un affichage conforme aux nouvelles dispositions visant à informer les internautes sur les DPE. Une information issue de votre système Périclès.net qui se réplique sans soucis sur vos publications.

Des solutions pratiques pour
développer votre présence sur le WEB

0810 0810 00

Prix d'un appel local

contact@pericles.fr

Périclès
www.pericles.fr

Les réseaux immobiliers pour gagner des parts de

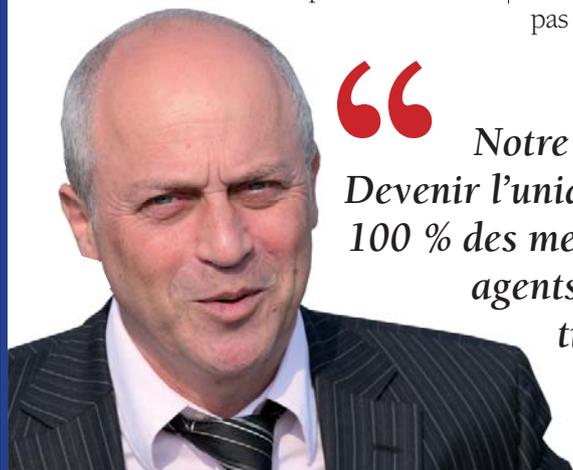
La remontée des transactions entre particuliers, bien qu'elle n'affecte pas les agents immobiliers pour le moment les contraint tout de même à réagir. Quelles seront les stratégies des réseaux, notamment pour rebondir et accompagner la reprise de l'activité ? Une chose est sûre, formation et qualité du service sont plus que jamais à l'ordre du jour.

Comment légitimer le recours à l'agent immobilier là où – reprise du marché ou non – la low-cost mania conduit nombre de particuliers à vouloir faire l'économie d'un intermédiaire ? « En améliorant le service pour valoriser le métier », répondent traditionnellement les représentants de la profession. « En mettant à disposition des professionnels un outil permettant de renforcer leur rôle de conseil en matière de prix, comme le stipule d'ailleurs la loi Hoguet », martèle Catherine Renner, directrice générale de Péricles. Depuis trois ans ses équipes – ingénieurs, informaticiens, commerciaux – évangélistent sur les bienfaits de l'expertise auprès de leurs

clients agents immobiliers. Dès 2008, la société de service informatique, dont les logiciels équipent une agence sur trois, lance une solution destinée aux professionnels embarquant les méthodes de l'expertise immobilière. Son objectif ? Proposer une approche plus formelle de la valeur du bien aux propriétaires et aux acquéreurs. Adossé à une base de références mises à jour en temps réel par les utilisateurs de l'application (la base ONE, lire p. 14), l'outil permet de produire des évaluations pertinentes pour échanger sur la mécanique du prix avec le vendeur. « Un rapport est systématiquement édité et remis au vendeur pour s'inscrire dans une démarche résolument transparente », insiste Catherine Renner. Les résultats ne se font pas attendre.

L'expertise, nouveau cheval de bataille

Aujourd'hui, la profession ne jure plus que par les bienfaits de l'expertise. « Nous avons mis en place un parcours de professionnalisation à l'expertise immobilière », explique Edouard Dumortier, directeur d'Avis. La formation qui peut durer jusqu'à 18 mois avec différents cycles (exercices, tutorat, soutenance...) débouche sur une certification d'expertise immobilière. Montée avec les Agefos, la formation est payante mais les démarches administratives sont prises en charge par le réseau. « Ce qui est sûr, c'est que les résultats sont là. Les mandats exclusifs sont beaucoup plus nombreux », se félicite le patron d'Avis Immobilier. Outre ce fidèle de la première heure, tous les grands réseaux font aujourd'hui de l'évaluation immobilière leur nouveau cheval de bataille. « Seule une véritable évaluation permet de bien défendre le prix estimé par l'agent immobilier », affirme François Gagnon, PDG d'Era. Inscrit dans un processus de qualité avec sa dernière étude Ifop en janvier 2010 (98 % de clients vendeurs et acheteurs satisfaits des agences du réseau), Solvimo considère aussi l'expertise comme faisant également partie des stratégies mises en œuvre pour 2011. « Nous



“ Notre objectif à terme ? Devenir l'unique groupe dont 100 % des membres seront à la fois agents et experts en évaluation immobilière. ”

Michel Choukroun,
Président d'Arthurimmo.com

révèlent leurs stratégies e marché 2011



avons lancé une campagne pour former nos agents à l'expertise, confirme Olivier Alonso, le PDG de Solvimo. Ceux qui suivent la formation obtiennent la qualité d'expert avec un numéro d'agrément. Nous avons déjà formé 15 agences et nous visons l'objectif de 50 en 2011. » La licence de marque Arthurimmo.com (ex -Arthur l'Optimist) compte se différencier par son nouveau positionnement. Son objectif ? Qualifier les professionnels pour permettre à la clientèle d'accéder à des biens dont la valeur fera l'objet d'une expertise consultable en agence. La formation initiale durera 5 jours et aura lieu au siège du réseau. « Avec cette formation les agents seront en mesure, d'appuyer chacune de leurs évaluations immobilières par la production d'un rapport d'expertise de 20 à 25 pages. Chaque

année, une formation continue de deux jours assurée par le réseau à l'ensemble de ses membres complètera la formation d'expert. Nos agences afficheront leur qualité d'expert en vitrine, explique Michel Choukroun, président d'Arthurimmo.com. Nous serons sans doute imités mais nous sommes sûrs d'être le seul réseau dont 100 % des membres seront experts en évaluation immobilière. » Era France aussi s'investit, proposant une multi-expertise à

l'aide d'outils qui offrent la possibilité à l'agent immobilier de bien défendre son prix. Même chose chez Century 21 qui dispose d'une base de données permettant de fournir une analyse comparative de marché garantissant au vendeur de céder son bien au bon prix et à l'acquéreur de ne pas acheter un bien surcoté.

“ Nous voulons faire de chacune de nos agences la référence locale en matière d'expertise. C'est notre principal cheval de bataille. ”

Edouard Dumortier, directeur d'Avis Immobilier



Pas de juste prix sans un observatoire fiable !



En matière d'évaluation immobilière, rien n'est possible sans disposer d'une base de données de références riche et actualisée en permanence. Avec la Base ONE, l'éditeur de logiciels Péricle's offre aux utilisateurs des outils cartographiques inédits pour interroger l'observatoire mutualisé auprès de toutes les agences utilisatrices. Les données sont présentées sous forme d'une carte interactive donnant les moyennes des prix de vente, aussi bien au niveau de la région qu'au niveau du pâté de maisons. Un bénéfice indéniable pour les professionnels qui disposent désormais d'un référentiel très vaste dans toute la France : la base qui compte 900 000 références s'enrichit

de 150 000 nouvelles références par an pour 5 000 agences utilisatrices ! « Nous souhaitons inciter les agences à contribuer à l'enrichissement de cette base selon un mode contributif, explique Catherine Renner, directrice générale de Péricle's. Si les professionnels veulent disposer d'un référentiel sur les prix, ils ont tout intérêt à veiller à la qualité de leurs données soient exploitables. De notre côté, nous nous attachons à fournir des solutions techniques pour disposer de ces informations avec le maximum de praticité et de pertinence ». Une opportunité unique pour ne plus être à la remorque de la base de données des notaires.

Le mandat exclusif, l'avenir de la profession ?

Une fois leur position d'expert consolidée en matière de prix, les patrons de réseaux comptent bien monter au créneau pour décrocher plus de mandats exclusifs. « L'activité d'une agence repose sur trois critères, rappelle le consultant Gérard Bornot. Sa capacité à constituer un stock de biens vendables, à mettre en place une équipe de qualité et à être dirigée par un bon manager. » Et incontestablement, lorsque la qualité du service est au rendez-vous, les agences reprennent des parts de marché sur les particuliers. Idem lorsque les professionnels mutualisent leurs mandats.

« On encourage toutes les agences à passer par l'Amepi. Le nouvel outil né de la fusion des FFIP et des SIA permet aux agences de mettre en commun leurs mandats exclusifs, indique le PDG d'Era François Gagnon. Mais on se trouve confronté à deux difficultés majeures : les querelles de clocher et le manque de formation des

« Nous nous positionnons en architecte de solutions immobilières en permettant à nos clients de faire des économies sur un ensemble de prestations liées à l'achat. »

Laurent Vimont, PDG de Century 21

« Aujourd'hui, l'agent immobilier ne peut plus travailler seul dans son coin. »

Jean-Louis Roy, Elyse Avenue

« négociateurs qui ne possèdent pas les arguments pour prendre des mandats exclusifs. » Pourtant, le mandat exclusif constitue un plus pour le service rendu à la clientèle. Chez Century 21, qui impulse une véritable dynamique du mandat exclusif, par exemple, les résultats sont probants : « 39 % de nos mandats sont exclusifs aujourd'hui alors qu'il y a un an nous n'étions qu'à 27 %, note Laurent Vimont. C'est un réel progrès pour le vendeur qui voit son bien proposé par plusieurs agences tout en ayant un seul interlocuteur ». Chez Elyse Avenue, un contrat Premier (un contrat exclusif, bien sûr !) a même été lancé, assorti d'un « satisfait ou remboursé. « L'agent immobilier ne peut plus travailler seul dans son coin. Il vaut mieux décrocher 50 % d'une commission que 100 % de rien », s'exclame Jean-Louis Roy, le patron d'Elyse Avenue.

La formation, un maître mot

Il faut dire que la période d'avant crise a vraiment été bénie pour les agents immobiliers qui n'avaient même plus d'effort à produire pour récupérer des mandats et vendre. Tout partait sans discussion à des prix parfois aberrants. La crise a cependant mis un coup d'arrêt à cette euphorie. « La période d'avant la crise a créé des dysfonctionnements, reconnaît François Gagnon. Les négociateurs avaient perdu l'habitude de démarcher les vendeurs, de proposer plusieurs biens aux acheteurs



et ne faisaient plus le travail de terrain.» Le retour à la réalité a été brutal. Raison pour laquelle les réseaux proposent quasiment tous le renforcement de la formation des négociateurs. Comme Era Immobilier avec son module « Top Gun ». Une formation pour l'heure dispensée, à titre expérimental, aux commerciaux des agences de Paris, Bordeaux et Aix-en-Provence, mais qui devrait se poursuivre. L'expérience a remporté un vif succès, réunissant une fois par semaine et durant deux mois 500 négociateurs. « Il s'agissait non seulement d'apporter une information, mais de créer de nouvelles habitudes », indique François Gagnon. Parallèlement, une formation à distance par vidéo a été mise en place qui permet aux agents du réseau de se former de manière souple, en semaine comme le week-end. Avantages ? Les déplacements pas toujours faciles à intégrer dans les emplois du temps sont ainsi évités, ce qui a pour mérite de soulager la trésorerie des agences. Tous les réseaux ont amplifié leur stratégie de formation. « Nous allons continuer de mettre en avant la formation avec de nouveaux modules, du coaching en agence, précise Bernard Cadeau, PDG d'Orpi, qui milite par ailleurs pour une formation « diplômante » qui relèverait le niveau et permettrait à l'agent immobilier d'être reconnu comme un professionnel de l'expertise locale. Même point de vue chez Century 21. « Nous militons pour un projet de loi imposant une formation initiale (3 à 6 mois) pour les collaborateurs, explique Laurent Vimont. Les coiffeurs ont l'obligation d'avoir un CAP professionnel, pourquoi pas les négociateurs ? » C'est un fait, vendeurs et acheteurs réclament de plus en plus de compétences de la part des agents immobiliers. Et pas seulement au moment de l'intégration dans une équipe. « La formation est nécessaire tout le temps, au moment du recrutement et tout au long de la carrière professionnelle, poursuit Bernard Cadeau. Nous proposons des modules pour agents débutants, expérimentés ou seniors. » Certes, ces formations nécessitent un effort d'investissement, mais au final l'agent immobilier est gagnant.

« Pour réussir, il faut se positionner en véritable expert du marché »



Gérard Bornot,
consultant en stratégie de développement

Pour optimiser vos performances en 2011, suivez les conseils de Gérard Bornot, consultant en stratégie de développement et fondateur du cabinet ANTOlogis.

● Evitez le dépôt vente

Encore trop de négociateurs pratiquent la stratégie du « dépôt vente » acceptant de tout prendre, y compris des biens qui ne correspondent à aucune demande, au prix du mandant. Cette pratique ne génère que des coûts, du temps perdu et de l'insatisfaction clients. Pour s'inscrire dans une stratégie de conquête de parts de marché, il convient en premier lieu de s'interroger sur son positionnement commercial, sur la typologie des biens recherchés dans son secteur d'intervention, sur les prix pratiqués ou encore les délais de vente.

● Fixez-vous des objectifs

Voyez loin. Un bon professionnel doit savoir se fixer un cap, donner des perspectives à ses collaborateurs, et leur attribuer des objectifs en terme de résultats mais également en terme d'actions (prospection, contacts, relances, suivis).

● Profitez au mieux des apports technologiques

Pour faire les bons choix stratégiques, il faut pouvoir enrichir son champ d'observation. Avec par exemple la carte Base One, nouveau développement proposé Périclès Net. En quelques clics vous pourrez ainsi connaître pour votre ville, par quartier ou sur votre secteur, la typologie du marché, de la population, les prix pratiqués ainsi que les loyers.

Cet outil riche en informations, associé à l'offre Expertise.net, permet d'organiser une prospection efficace de biens en adéquation avec les recherches exprimées par les clients acheteurs. Et de disposer d'une base de données permettant d'apprécier les prix du marché par type de biens et ses évolutions sur les cinq dernières années.

● Inspirez confiance

Le particulier dispose aujourd'hui d'une multitude d'informations qui lui laisse penser que quelques clics sur Internet lui permettront de connaître le prix de son bien immobilier. La réponse des agents immobiliers s'engageant dans une voie de professionnalisation à l'expertise immobilière va dans le bon sens. Avec Expertise.net tout agent immobilier, isolé ou en réseau, va pouvoir justifier son estimation en sachant expliquer comment le prix a été déterminé, en s'appuyant sur une base de données qui s'enrichira progressivement des informations collectées par les 5 000 agents immobiliers qui disposent aujourd'hui de Périclès.net. Cette démarche est essentielle pour prendre plus de mandats, obtenir plus d'exclusivités, vendre plus rapidement, diminuer ses coûts de constitution du stock, rentabiliser les investissements publicitaires, valoriser son rôle et gagner la confiance des vendeurs. ♦ Gérard Bornot

À condition que la formation soit à la hauteur. « Dans un souci d'efficacité et de qualité de notre formation, tous nos coachs accompagnent les négociateurs sur le terrain, car rien ne vaut la pratique », affirme Jean-Louis Roy, d'Elyse Avenue.

Toujours plus de services

Pour Imogroup, le vrai problème n'est pas d'avoir plus de vendeurs et d'acheteurs mais de rendre le service demandé. « Dans ce domaine nous disposons d'une marge de progression gigantesque », constate Serge Redon, qui veut redéployer les services fournis à ses adhérents en utilisant la logique du service « à la carte », moins coûteux pour l'agent immobilier. Côté services justement, les réseaux affichent de nouvelles ambitions pour 2011. Tout d'abord, renforcer la visibilité des agences sur Internet et les rendre plus proches des clients. C'est par exemple le cas de Solvimo. « Nous livrons actuellement 22 sites Internet régionaux et 95 sites départementaux. Nous sommes également sur Facebook », explique Olivier Alonso. De son côté, Arthurimmo.com se crée une nouvelle identité axée sur le web. « Internet est devenu incontournable, 80 % des affaires émanent de cet outil et c'est pour nous un des moyens de reprendre des parts de marché sur celui des particuliers, à condition d'apporter aux internautes tout ce que la technologie moderne peut amener en terme de services et de qualité d'information », précise Michel Choukroun. Logique, les acquéreurs vont systématiquement sur Internet pour consulter les annonces. D'où la nécessité d'avoir une bonne visibilité.

Certains réseaux tablent même sur l'iPhone, le mo-

“ Il est important d'être proche de nos clients avec des sites web bien sûr mais aussi des applications Iphone ou Android. ”

Olivier Alonso, PDG de Solvimo
Delphine Rouxel, directeur de Solvimo



bile. « Chez Era Immobilier France, nous avons créé une version mobile (BlackBerry) de notre site, plus facile à consulter d'un téléphone portable », note François Gagnon. L'Internet mobile prend de plus en plus de place aussi chez Laforêt Immobilier. « Notre nouvelle application disponible gratuitement sur I-Tunes est accessible par les trente millions d'utilisateurs de l'I-Phone susceptibles de rechercher un bien à vendre ou à louer à tout moment », précise Elix Rizkallah, président de Laforêt Immobilier. Bref, même si ce type de services peut paraître un gadget, il ne faut pas le négliger. Il constitue, en effet, un service parmi d'autres et facilite la communication et la réactivité. « Et c'est là que se fera la différence par rapport au marché des particuliers, explique Gérard Bornot. Dans les enquêtes de satisfaction régulièrement réalisées, les vendeurs se plaignent de ne pas être suivis, les acquéreurs d'être mal traités ». Autrement dit, le service laisse à désirer et, de fait, la commission d'agence est considérée comme inutile ou trop chère. Comme l'a constaté le réseau Era, en France, la commission de l'agent immobilier tourne en moyenne autour de 7 % alors qu'elle est de l'ordre de 2 % dans les autres pays européens. Des tarifs jugés prohibitifs, d'autant que les agences low

cost et certains réseaux sans agences physiques prolifèrent, confortant les clients dans leur perception d'une commission élevée gagnée sans mérite. Résultat, « les commissions sont tirées vers le bas et certains agents sont prêts à les brader, alors que le vrai problème est de travailler la qualité, le suivi », analyse Gérard Bornot.

Magasins et partenariats

Pour les réseaux, il est grand temps de modifier cette perception. Chez Avis, un nouveau concept est d'ailleurs en train de naître. « Nos agences deviennent des magasins immobiliers où les acquéreurs et les vendeurs peuvent trouver une plateforme dédiée tant à l'immobilier neuf qu'à l'immobilier ancien ou à l'investissement locatif et à la défiscalisation, indique Edouard Dumortier. Nous voulons être une référence en matière de transactions ». L'accompagnement du client est également au cœur de la stratégie de Century 21. « Cent quarante de nos enseignes proposent aux acquéreurs un chéquier dont la valeur peut atteindre 6 000 euros, un dispositif que nous avons mis en place avec des partenaires comme Kiloutou, Darty, Orange... Au total 47 partenaires qui permettent aux acquéreur, vendeurs ou locataires de réaliser des économies sur un certain nombre de prestations liées à l'achat (déménagement, décoration...), indique Laurent Vimont. Nous voulons nous positionner en architecte de solutions immobilières ». Les agents immobiliers ont bien compris qu'ils devaient apporter un service de qualité pour justifier leurs honoraires. Et l'année 2011 verra peut-être apparaître une nouvelle race d'agents immobiliers... ès prix. ♦

Colette Sabarly

“ Nous allons redoubler d'efforts en terme de formation avec notamment de nouveaux modules coaching en agence. ”

Bernard Cadeau, PDG d'Orpi





La détermination du prix d'un bien immobilier



Par Anne-Claude Poncet
EXPERT IMMOBILIER,
BUSINESSFIL

» contact@businessfil.fr



La vente est formée par le consentement réciproque des deux parties sur la chose objet du contrat, et sur le prix. Si le prix est librement déterminé, certaines règles doivent cependant être respectées.

Le prix de vente, élément clé du mandat

Le mandat conféré à l'agent immobilier doit préciser la mission confiée à l'agent immobilier (s'entre-mettre pour la vente, l'acquisition...) et, ainsi, le prix du bien. À défaut, le mandat, ne précisant pas son objet, pourrait être annulé. Le prix d'un bien immobilier est librement déterminé

par les parties au mandat. Puis, au moment de la vente, il est fréquent qu'une négociation s'engage entre vendeur et acquéreur, la vente étant, par nature, un contrat de gré à gré. Dans cette hypothèse, avant la signature de la promesse de vente, il est utile d'établir un avenant au mandat mentionnant le prix de vente du bien ainsi que le montant de la commission et la partie en ayant la charge, si ces éléments se trouvent

modifiés. Lorsque le bien appartient à plusieurs personnes, l'agent immobilier doit s'assurer de l'accord de l'ensemble des propriétaires. Cependant, la loi, comme la jurisprudence, n'impose pas que le contrat (mandat, compromis...) détermine la quote-part de prix revenant à chacun d'eux. Cette situation se rencontre notamment lorsque le bien vendu est soumis au régime de l'indivision ou voit sa propriété démembrée.

● Art. 72 du décret 20/07/1972



Un prix déterminé ou déterminable

Le prix de vente doit être déterminé et désigné par les parties à la vente. Dans la majorité des cas, le prix est fixé purement et simplement dans le mandat, et indiqué dans le compromis. La loi permet, cependant, de se référer à un prix qui, bien que n'étant pas encore déterminé, est déterminable. Le prix doit alors pouvoir être établi en tenant compte d'éléments objectifs ne dépendant pas de la seule volonté des parties. Vendeur et acquéreur peuvent, enfin, prévoir de recourir à un expert qui fixera le prix de vente du bien. Mais, dans toutes ces hypothèses, aucun nouvel accord des parties ne doit être nécessaire pour la fixation ultime du prix : la promesse de vente contiendra tous les éléments nécessaires à sa définition.

À défaut, en effet, la vente serait frappée de nullité absolue, pour absence de prix. Le juge n'a pas le pouvoir de se substituer aux parties pour établir le prix, ou pour désigner un expert, à moins que l'acte ne lui en confère le droit : l'interprétation du contrat par le juge est, à cet égard, déterminante. Ces situations sont relativement rares en matière de vente d'un immeuble, pour lequel, généralement, le prix est fixé dès le mandat. Toutefois, lorsque la réitération par acte authentique est prévue dans un délai inhabituellement long, il peut être utile de stipuler une clause d'indexation du prix. L'indexation peut voir ses effets limités à la seule hausse ou baisse du prix de vente, selon la jurisprudence.

L'indexation obéit à des règles strictes. Il est notamment interdit d'indexer un prix sur l'indice général des prix, ou, s'agissant d'un local d'habitation, sur l'indice « loyers et charges ». L'indice choisi doit avoir une relation directe avec l'objet du contrat ou l'activité d'une des parties. L'indice du coût de la construction publié par l'Insee est réputé en relation directe avec l'objet d'une convention relative à un immeuble bâti.

- **Art. 1591 Code civil**
Art. L112-1 et s. CMF



Un prix potentiellement encadré : les clauses antispéculatives

Le prix du bien immobilier est librement fixé par les parties. Il existe cependant une exception importante. L'agent immobilier devra prêter attention aux restrictions de disposer du bien. Ces clauses sont fréquentes en matière de donation, sous la forme d'interdiction d'aliéner. Elles se rencontrent également lorsque le bien a été acquis auprès d'une collectivité territoriale, au moyen d'une aide consistant en un prix inférieur au marché. La collectivité peut avoir stipulé, en contrepartie, une clause interdisant à l'acquéreur de réaliser une plus-value lors de la revente du bien. Une telle pratique a été validée par la Cour de cassation. La vente du bien devra alors se faire dans les conditions prévues dans le contrat d'acquisition du bien.

- **Cass. Civ. 3, 29/09/2009**

L'évaluation du bien

La détermination du prix de vente est fréquemment précédée d'une évaluation du bien. Cette activité n'est pas spécifiquement réglementée, hormis pour les experts judiciaires et les experts agricoles et fonciers. Le gouvernement a annoncé en décembre 2009 son intention de mettre en place un certain nombre de mesures de nature à garantir la qualité des prestations et à protéger les consommateurs face à ces

nouvelles professions libérales qui ne font pas l'objet d'une réglementation particulière. Le gouvernement précisa sans doute sa position en répondant à la question écrite qu'une députée lui a posée en septembre 2010. L'activité d'évaluation immobilière tente de s'autoréguler. Ainsi, une Charte de l'expertise en évaluation immobilière a été adoptée par différentes compagnies ou syndicats d'experts en 1998. Un groupe de travail de la COB (aujourd'hui AMF) a édicté des recommandations en 2000. Selon ces recommandations, « l'expertise immobilière consiste à déterminer la valeur d'un bien en tenant compte de facteurs juridiques, techniques, économiques. Elle se distingue d'un simple avis de valeur ». L'expertise nécessite une visite approfondie des lieux et la réunion d'un certain nombre d'informations et de pièces. L'expert doit expliquer « les méthodes de calcul et les critères de choix conduisant à la valeur retenue ». Il doit enfin utiliser plusieurs méthodes complémentaires de détermination du prix. S'il n'existe pas légalement d'obligation spécifique d'assurance pour le professionnel réalisant des évaluations immobilières, ce dernier a tout intérêt à souscrire une assurance de responsabilité civile professionnelle garantissant cette activité. La COB le recommande, les syndicats professionnels l'exigent en général. La personne réalisant une évaluation doit, tout comme l'expert désigné pour fixer un prix de vente, être indépendant de chacune des parties à la

imm'up



La pige qui fonctionne !

- Rapidité
- Exhaustivité
- Simplicité
- Performance

Le service de pige professionnel exclusivement conçu pour les agences immobilières : **transformez les annonces en réelles opportunités commerciales pour votre agence.**

Consultez notre site internet pour plus d'informations ou contactez-nous directement par téléphone au : **04 42 54 64 45**

Essayez gratuitement
et sans engagement
pendant 1 mois
notre solution
WEB COMPLETE
mediapige.net



Ce que dit la loi



► vente, indépendance garantissant son impartialité. Les recommandations professionnelles exigent du professionnel un encadrement de la mission d'évaluation au moyen d'un contrat ou d'un bon de commande.

- **Rép. Min. n° 12244 du 22/12/2009**
Question n° 88384 du 14/09/2010

Agent immobilier et évaluation

L'évaluation du bien est une activité accessoire à celle d'agent immobilier. Elle n'entre pas dans la définition donnée par l'article 1^{er} de la loi Hoguet. Elle constitue une activité accessoire. L'agent immobilier a tout intérêt à vérifier que son assurance RCP couvre ce genre d'activité. L'encadrement conventionnel de l'évaluation demeure source d'interrogations : à supposer qu'elle n'entre pas dans les activités visées par l'article 1^{er} de la loi Hoguet, elle ne nécessite pas de mandat écrit préalable. Cependant une convention

écrite fixant la mission du professionnel ainsi que sa rémunération apparaît utile. Elle est prévue par la Charte de l'expertise. Si, au contraire, l'évaluation du bien est indissociable de l'activité d'agent immobilier, elle ne peut être réalisée qu'après la signature d'un mandat conforme aux exigences légales. De nombreux agents immobiliers réalisent des évaluations gratuites. À la question d'un parlementaire s'émouvant de ce que certains particuliers font évaluer leur bien gratuitement puis le vendent de particulier à particulier, et demandant que soit mis en place un système payant obligatoire pour l'évaluation des biens par les agences immobilières, le gouvernement a répondu que la plupart des agents immobiliers utilise cette prestation comme produit d'appel pour recruter de nouveaux clients. Les prix étant libres, fixer un prix minimum pour la prestation d'expertise a donc été écarté.

- **Rép. Min. n° 9279 du 9/03/2010**

Évaluation et responsabilité

Le professionnel chargé de l'évaluation d'un bien immobilier est tenu d'une obligation de moyens : il doit disposer de la compétence nécessaire à cette évaluation et exécuter sa mission de façon consciencieuse. Sa responsabilité peut être engagée. Ainsi, lorsqu'un expert conseille à des parties de baisser le prix de vente d'un immeuble, mais ne signale pas de nombreux désordres affectant le bien vendu, sa faute peut être établie et sa responsabilité engagée à hauteur de la perte de chance de mieux apprécier l'opportunité de contracter et d'échapper à l'obligation du coût de la remise en état, qu'il a occasionnée aux acquéreurs. ♦

- **Cass. Civ. 1, 12/12/2007**

Anne-Claude Poncet, expert immobilier

Businessfil SVP GROUPE

Besoin d'une formation ?

Les experts Business Fil sont au service de vos collaborateurs !



Gestion immobilière
Copropriété
Gestion patrimoniale
Transaction immobilière
Gestion du personnel

- Etre opérationnel rapidement
- Maîtriser les points clés
- Anticiper les risques
- Sécuriser vos pratiques

Découvrez le catalogue complet !

Contactez-nous au
02.38.799.799
www.businessfil.fr

Business Fil - S.A.S au capital de 160 000 € - 401 546 957 RCS Bobigny

A PARTIR DU 3 JANVIER 2011
Le Réseau National Immobilier Arthur L'Optimist devient

Arthurimmo.com

LE RÉSEAU NATIONAL IMMOBILIER 100% EXPERT



UNE NOUVELLE LICENCE DE MARQUE POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE.

Parce que notre secteur d'activité devient extrêmement concurrentiel et que de plus en plus de clients se détournent des agents immobiliers par manque de confiance et de services, Arthurimmo.com apporte au marché immobilier une réponse rassurante, engageante et experte. Désormais, **chez Arthurimmo.com, 100% des Agents sont aussi des experts immobiliers.**

En faisant le choix de notre Réseau, vous profitez d'une formation professionnelle continue afin de maîtriser, en plus de votre métier d'Agent Immobilier, tous les aspects de l'expertise immobilière.

En plus de ce positionnement innovant, vous bénéficiez d'une marque nationale unique qui vous offre une forte indépendance de fonctionnement : sans droit d'entrée, ni royauté. Vous intégrez le Réseau grâce à **un abonnement mensuel au coût très inférieur à celui de la concurrence** tout en ayant une grande liberté de gestion : pas d'ingérence financière chez Arthurimmo.com.

Notre contrat de Licence vous garantit une exclusivité territoriale accompagnée de nombreux outils de travail performants

(nouveau site Internet, logiciels de transaction et d'expertise, application mobile, service d'informations juridique et fiscale, assistance expertise, etc.) pour développer votre activité en ayant l'assurance d'une rentabilité immédiate. Avec Arthurimmo.com, **vous bénéficiez d'un potentiel de développement de 30% de vos mandats exclusifs.**

Pour vous soutenir, Arthurimmo.com lance plusieurs fois par an des **campagnes de communication nationales plurimédia.** Vous disposez vous-même, en local, de tout un ensemble de supports de prospection personnalisables (Brochures, papeterie, mailing, Emailing, etc.).

Bénéficiez de la force d'un Réseau National sans égal, rejoignez les Agents Immobiliers qui ont fait le choix de l'Expertise.



Arthurimmo.com
LE RESEAU NATIONAL IMMOBILIER 100% EXPERT

Découvrez tous les détails en appelant le **04 93 85 91 91.**

L'étiquette énergie s'affiche

Vitrines, Internet, parutions presse... La nouvelle obligation d'affichage de la performance énergétique s'applique à toutes les petites annonces. Ce qu'il faut savoir pour s'organiser et s'adapter à cette nouvelle donne.

Finalisée par la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (Grenelle 2), l'obligation d'affichage de l'étiquette énergie vise à réduire les consommations d'énergie du parc des bâtiments existants d'au moins 38 % d'ici à 2020. Cette mesure va toucher plus de 600 000 transactions et 1 million de locations chaque année et provoque une révolution chez les agents immobiliers dont l'ensemble des annonces sur tous supports doit se conformer aux nouvelles règles. Cette nouvelle disposition visant à améliorer l'information des Français et à introduire la « valeur verte » sur le marché de l'immobilier suscite bien des interrogations.

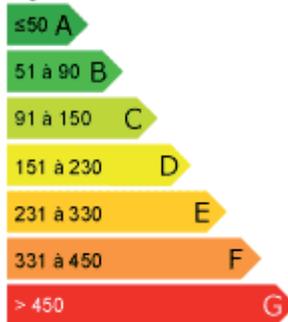


Une obligation pas toujours bien perçue

Première question qui surgit à la mise en place du DPE obligatoire : son utilité. L'étiquette énergie est-elle déterminante dans une décision d'acquisition ? Rien n'est moins sûr dans un marché fortement tendu et qui se caractérise par une pénurie de biens et donc peu de concurrence. « Le diagnostic préalable n'est pas dans la dynamique du marché immobilier, estime Guy Rebboah, directeur du réseau Aptitude Immobilier dans les Hauts-de-Seine. Nous manquons de temps pour faire la publicité de nos biens. Il aurait été préférable de nous obliger à afficher un plan. C'est plus parlant. » Si certains ressentent le diagnostic comme une punition d'autres s'interrogent sur son coût. Il est vrai que la prise en charge à la source des frais associés au diagnos-

Consommations énergétiques

Logement économe



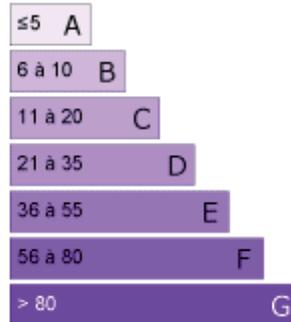
Logement énergivore

Consommations énergétiques (en énergie primaire) pour le chauffage, la production d'eau chaude sanitaire et le refroidissement

Indice de mesure : kWhEP/m².an

Émissions de gaz à effet de serre

Faible émission de GES



Forte émission de GES

Émissions de gaz à effet de serre (GES) pour le chauffage, la production d'eau chaude sanitaire et le refroidissement

Indice de mesure : kgéq CO₂/m².an

tic de performance énergétique peut être assurée par l'agence dans le cadre d'un mandat exclusif mais la question devient bien plus délicate lorsqu'il s'il s'agit d'un mandat simple. Dans un contexte tendu où l'obtention des

mandats est difficile, comment demander à un vendeur de prendre à son compte les frais dès la mise en vente ? La prise en charge de ces frais peut devenir rapidement un critère de choix d'agence pour le vendeur. ▶

Les portails Internet sont-ils prêts ?

Conscients des besoins des réseaux immobiliers, les portails Internet ont anticipé la demande en adaptant leurs outils à la nouvelle mesure. « Du côté des utilisateurs, c'est extrêmement simple, avance Frédéric Toquin, directeur de l'Innovation chez SeLoger. Pour un traitement manuel, il suffit de saisir les informations dans l'extranet. Pour les échanges automatisés, les données sont récupérées directement par la plate-forme de transfert, et l'étiquette énergie apparaît sur l'annonce. Nous sommes prêts non seulement pour notre portail mais également pour nos applications iPhone et iPad. »

Avant de se lancer, il est toutefois recommandé de vérifier auprès des éditeurs de solutions que les champs de saisie adéquats soient bien présents dans l'outil de gestion des biens de l'agence.

Actions à mener en fonction des supports publicitaires

Presse		Classe de performance énergétique (lettres variant de A à G), précédée de la mention « Classe énergie ». A étant la meilleure note, celle des logements économes, et G la note des logements énergivores. Exemple : Classe énergie : C.
Vitrine		Étiquette énergie ainsi que la classe de performance énergétique. L'étiquette énergie doit être lisible et en couleur et doit occuper au minimum 5 % de la surface du support, soit 5,5 x 5,5 cm d'une page au format A4.
Internet		Étiquette énergie ainsi que la classe de performance énergétique. L'étiquette énergie doit être lisible et en couleur et doit occuper sur l'écran une dimension d'au moins 180 x 180 pixels. Les portails doivent mettre à la disposition des agences un champ de saisie de ces informations et afficher dynamiquement l'étiquette dans les annonces.

Le DPE, pas une science exacte

Si le diagnostic de performance énergétique permet de se faire une idée du bien, il est loin d'être une valeur de référence parfaitement fiable. Bien souvent, le résultat affiché doit être relativisé. « Dans une copropriété dont le

chauffage est collectif, le DPE ne permet pas à l'acheteur de prévoir les améliorations qu'il pourra réaliser pour augmenter les performances énergétiques de son bien. Il reste indicatif », regrette Philippe Yver, directeur de la société ExaContrôle et spécialiste du diagnostic. Dans ce contexte, le DPE ▶

VOUSFINANCER.com

WWW.VOUSFINANCER.COM

Réseau national de courtiers en crédit immobilier



VOUSFINANCER.com
Le Forum de St Martin
36E, rue des Vingt Toises
38950 St Martin Le Vinoux



Le père Noël nous a offert
notre 50^{ème} agence ...
Pour vos bonnes résolutions 2011

Rejoignez nous !

CONTACTEZ NOUS :

David GILLET
Responsable du Développement
06 20 29 17 72
04 76 19 05 37
david.gillet@vousfinancer.com

Prix des diagnostics immobiliers dans le nouveau contexte

Diagnostic de performance énergétique (DPE) seul	130 €
Ensemble des diagnostics (incluant le DPE)	550 €
Complément de diagnostic si le DPE a déjà été fait par le même diagnostiqueur	420 €
Complément de diagnostic si le DPE a déjà été fait par un autre diagnostiqueur	500 €

Barème indicatif en euros TTC pour un appartement de 100 m². Même s'ils sont réalisés en deux temps, l'agent ou l'acheteur ont intérêt à négocier l'ensemble des diagnostics au départ. Les diagnostiqueurs proposent de déduire le coût du DPE du coût total des diagnostics s'ils réalisent l'ensemble des diagnostics.

▶ ne devrait pas se faire à l'échelle du logement mais à celle du bâtiment. En effet, les données sur lesquelles s'appuie le diagnostic sont des données collectives qui ne peuvent être corrigées au niveau individuel. Si la nature informative du DPE ne fait pas de doute, Philippe Yver fait également remarquer que « les méthodes de calcul de diagnostic divergent. La méthode 3CL utilisée pour les diagnostics obligatoires est moins rigoureuse que la méthode TH-CE EX. Les acquéreurs peuvent être déçus lorsqu'ils constatent la différence ».

Des avantages pour les acquéreurs

Pour les acquéreurs non plus, l'impact du DPE n'est pas forcément anodin. La consommation d'un logement énergivore peut être huit fois supérieure à celle d'un logement économe. Une donnée à prendre sérieusement en compte et qui peut se chiffrer en milliers d'euros annuels pour de grands logements. Même si cette information n'est pas parfaitement exacte, connaître la classe énergétique d'un logement permet d'anticiper sur les dépenses en rénovation

et en énergie, mais pas seulement. Les dispositions prévoient de renforcer la prise en compte de la « valeur verte » sur le marché de l'immobilier par la mise en place de biais incitatifs comme le PTZ+, le « bail vert » pour le secteur tertiaire ou encore le crédit d'impôt « développement durable ».

Des sanctions pour les mauvais élèves

En l'absence de sanctions proprement dites, quelles pénalités encourt l'agent immobilier qui ne respecte pas ces obligations ? Dans les faits, elles sont assez lourdes, et le risque n'est pas à prendre à la légère. Si la loi ne prévoit aucune sanction pour le non-affichage de l'étiquette énergie sur les supports publicitaires, les conséquences n'en sont pas moins risquées. Une information fautive ou l'absence d'information peut entraîner l'annulation de la vente ou la diminution du prix. Enfin, il faut garder à l'esprit que le diagnostic de performance énergétique n'a aucune valeur contraignante pour le vendeur, et pour l'agent immobilier, il reste une simple information destinée à l'acquéreur. ♦

Pascal Kinsbourg

C.B.I.

LES SPÉCIALISTES DE LA CESSION DE CABINETS D'ADMINISTRATION DE BIENS ET D'AGENCES IMMOBILIÈRES

CBI, votre partenaire de confiance.

Des Professionnels à votre service, sur l'ensemble de la France pour vous accompagner dans votre projet de cession ou d'achat de :

- Cabinets d'Administrations de biens
- Portefeuilles de gestion et/ou de syndic d'immeubles
- Cabinets de transaction immobilière
- Avis de valeur préalable pour projet de vente ou d'achat
- Avis de valeur lors de succession, partage, arrivée ou départ d'associé

CONSULTEZ NOS AFFAIRES SUR NOTRE SITE INTERNET
WWW.CBI-TROUBAT.COM

Nous saurons garder la confidentialité nécessaire à votre dossier et nous vous assurons de notre totale indépendance.

A PARIS :
 La Sté CLG IMMOBILIER, mandataire
 Représentée par **Mr Jean-Cyriaque Le GOFF**
 Chargé de la clientèle sur Paris et les régions
 au Nord de Nantes à Genève
 Tél. : 06 99 09 48 81 - Fax : 04 32 74 15 03
 jc.lg@cbi-troubat.com



EN AVIGNON :
 Mr Benoit TROUBAT, Président de la Sté
 Professionnel depuis 1967,
 Membre de la Chambre des Expert FNAIM
 Chargé de la clientèle des régions du Sud,
 de Nantes à Genève
 Tél. : 04 90 16 94 84 et/ou 06 11 46 34 92
 Fax : 04 32 74 15 03
 benoit.troubat@cbi-troubat.com



358, allée des Chênes 30650 ROCHEFORT DU GARD

SAS CBI TROUBAT - CP n° 01.828 - RCS Avignon n° 433 763 349 - CGAİM

Gagnez en visibilité sur le web

Le partenaire de vos solutions web et de votre marketing immobilier

Site internet sur mesure, fonctionnel et évolutif

multi-agences

multi-langues

Référencement naturel

ACCOMPAGNEMENT

EXPERTISE

Liens commerciaux, netlinking

Hébergement sécurisé

Campagnes e-mailing et sms



Notre objectif

Développer votre e-réputation
Multiplier vos contacts

- + de visibilité
- + de contacts qualifiés
- x votre réseau
- = un meilleur retour sur investissement



Développement de votre visibilité
Web marketing



Création site internet
Transaction - Location - Syndic
Locations saisonnières



Site internet
version Smartphone

www.webgenery.com - info@webgenery.com

**Offre
Expertise Web**

Vous voulez améliorer
l'efficacité
de votre site internet ?

Je souhaite un audit de mon site internet (Ergonomie, référencement, fonctionnalités ...)

Société :

Secteur d'activité :

Mlle Mme Mr

Nom et Prénom :

Fonction :

Tél.

Site web :

E-mail :

C'est ma maison, mon trésor...



Par Perla Serfaty-Garzon
SOCIOLOGUE,
PSYCHOLOGUE
» perlaserfaty.net
» http://perlaserfaty.net/

Devenir propriétaire, un rêve coûteux

Que d'efforts pour devenir propriétaire ! Se raisonner, se dire longtemps que, vraiment, il faudrait songer à acheter un logement, pour se constituer un patrimoine et pour être maître chez soi. Passer à l'acte, la tête pleine de belles images, puis visiter tant de logements décevants ! Trouver enfin l'endroit habitable pour soi et voir l'avenir en rose. Puis, patatras, retomber sur terre devant son banquier et réaliser qu'il faudra se serrer la ceinture pendant des années. Ces coûts financiers s'assortissent de coûts psychologiques – discipline, fiabilité, régularité et prévoyance – auxquels s'ajoutent les investissements personnels qu'exigent l'entretien, l'aménagement, la décoration, etc. Le bonheur d'habiter en propriétaire est à ce prix.

L'épreuve de la réalité

L'évaluation immobilière c'est la mise à l'épreuve du rêve de devenir propriétaire. L'acheteur doit répondre intérieurement à la question : suis-je prêt à consentir durant de longues années les nombreux efforts qu'exige l'acquisition d'un logement ? Une réponse positive comporte, pour la majorité des gens, une mesure d'héroïsme. Une aventure privée commence qui, à chaque succès – la réduction progressive du nombre des remboursements, le moment où on dispose d'assez de liquidités pour agrandir ou pour aménager le logement à son goût, etc. –, confirme les qualités de l'habitant. L'aventure économique est aussi morale. Sa réussite devient, pour soi et aux yeux d'autrui, une sorte de richesse personnelle. Lorsqu'il met sa maison sur le marché, l'habitant endosse les habits du vendeur, mais ils ne lui vont pas vraiment. Car l'évaluation immobilière ne peut que le troubler. Élevée, elle le rend fier d'avoir si bien mené sa barque. Mais alors, quel mal à se séparer d'un tel bien ! Ou alors, quelle flambée de convoitise ! Vite, vendre, en vrai marchand, cet endroit qui était pourtant son monde à soi.



Quel juste prix ?

Décevante, elle provoque un sentiment d'injustice. Comment cette maison qui a exigé tant d'investissement peut-elle valoir aussi peu ? Alors qu'elle a tant de valeur pour soi ? Et qu'elle permet de bien vivre, comme on y a bien vécu soi-même ? Comment vendre la maison à un prix qui la rabaisse et rabaisse, du même coup, la vie qu'on y a menée ? La maison n'est pas un bien comme les autres. L'acheter et la vendre est affaire de cœur et d'argent, entre lesquels rien n'est jamais simple. ♦

Perla Serfaty-Garzon

Annonces

Pour contacter le service publicité: regiepublicitaire@journaldelagence.com

● **Periclès** - 0810 0810 00
contact@pericles.fr

● **Locagestion** - 0810 38 95 24
www.locagestion.com

● **Direct Annonces** - 01 45 72 92 00
contact@directannonces.com

● **Cimm Immobilier** - 04 76 48 24 31
franchise@cimm-immobilier.fr

● **Imm'up** - 04 42 54 64 45
www.immup.fr

● **Businessfil** - 01 47 87 64 23
contact@businessfil.fr

● **Arthurimmo.com** - 04 93 85 91 91
www.arthurimmo.com

● **Vousfinancer.com** - 04 76 19 05 37
www.vousfinancer.com

● **CBI** - 04 90 16 94 84
benoit.troubat@cbi-troubat.com

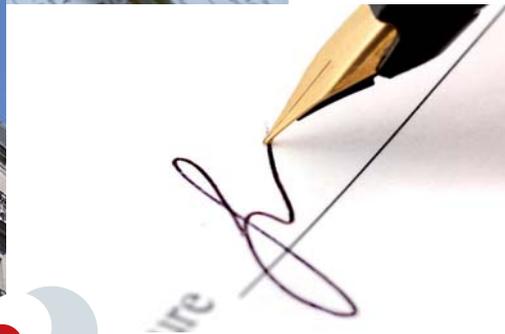
● **Webgenery** - 0820 309 054
info@webgenery.com

● **Saccap** - 0810 813 030
info-pub@pressimmo.com

● **SeLogger.com** - 0826 620 025
www.seloger.com

Garantie revente • Garantie des loyers impayés

Garantir les Revenus Locatifs, c'est notre métier.



SACAPP, société de courtage inscrite à l'ORIAS sous le numéro 07 000 150 www.orias.fr est mandataire de Compagnies & Mutuelles d'Assurances.

KINALI 06 70 49 03 59

Spécialiste des Garanties Loyers Impayés depuis 17 ans, SACAPP vous offre désormais la nouvelle GRL.

EASYLOC GRL*
Comment souscrire?
081 081 30 30
commercial@sacapp.com



SACAPP - 39 rue Fessart - 92772 Boulogne Billancourt Cedex - T : 01 41 86 06 26 - F : 01 41 86 06 10

* Garantie des Risques Locatifs. La GRL est un dispositif conçu par Action Logement et l'État, la Marque GRL est une marque déposée par l'APAGL.

Le média des agences qui réussissent !

SeLoger
.com

ImmoStreet
.com



**Professionnels de
l'immobilier : NE SCIEZ PAS LA
BRANCHE SUR LAQUELLE
VOUS ÊTES ASSIS !**

En diffusant vos annonces sur des sites qui les mêlent à des annonces de particuliers, vous favorisez les transactions entre particuliers.

Découvrez pourquoi en détail sur www.selogerpro.com/particuliers

Vos annonces ne bénéficient pas encore de la puissance de SeLoger.com ?

 Appelez-nous au 0826 620 620*

Le média des agences qui réussissent

SeLoger
.com

ImmoStreet
.com

belles demeures
luxury french properties

AgoraBiz
.com

SeLoger
vacances

La réputation de votre agence sur Internet

WebAgency SeLoger
.com

Solutions pour votre communication de proximité

FLASH AGENCE